



## **Confiança na mídia durante a pandemia de covid-19: mudanças e manutenções no comportamento dos brasileiros em relação à adesão e confiança nas mídias tradicionais e digitais e a conexão com fatores socioeconômicos e avaliação de governo**

Emerson Urizzi Cervi (UFPR)  
Michele Goulart Massuchin (UFPR)

**Resumo:** As últimas décadas indicam mudanças nos padrões de consumo de informação e na relação de confiança entre cidadãos e instituições, incluindo a imprensa tradicional e os meios digitais. Em meio a esse processo surge uma nova demanda por informação, a da pandemia de COVID-19. Dessa forma, busca-se compreender o comportamento dos brasileiros em relação à confiança nas fontes de informações tendo como foco este contexto. Identificam-se as características socioeconômicas de quem confia nas RSO e meios tradicionais e verifica-se como isso está relacionado às opiniões sobre o governo em respostas dadas a duas ondas de pesquisas. Trata-se de uma análise no nível individual, que verifica mudanças e manutenções no comportamento em relação às duas pesquisas do Projeto Valores em Crise (maio/2020 e setembro/21), considerado início e fim do período crítico da pandemia no Brasil.

**Palavras-chave:** confiança, mídia tradicional, mídia digital, COVID-19, avaliação de governo.

**Trust in the media during COVID-19 pandemic:** changes and maintenance in Brazilian behavior in relation to adherence and trust in traditional and digital media, connection with socioeconomic factors and government evaluation

**Abstract:** The last few decades indicate changes in information consumption and in the institutional trust, including the traditional press and the digital media. During this crisis of communication, we have a new information demand about the COVID-19 pandemic. We seek to understand the behavior of Brazilian citizens observing trust in information sources, focusing on the context of the COVID-19 pandemic. We identify the socioeconomic characteristics of those who trust on RSO and traditional media and we see how this is related to opinions about the government collected during two similar surveys. It is an individual level analysis, to verify changes and maintenance in the behavior of citizens comparing two surveys of the “Values in Crisis Project” (May/2020 and September/21).

**Keywords:** trust, traditional media, digital media, COVID-19, government assessment.

### **Introdução**

Em trabalho anterior (MASSUCHIN, CERVI, 2021), analisou-se como em duas ondas do projeto “Valores em Crise” podiam ser percebidas mudanças na confiança nas mídias online e tradicionais, relacionando isso com aspectos socioeconômicos e de avaliação de governo. As pesquisas foram feitas em maio de 2020 e repetida em janeiro de 2021, cerca de oito meses depois. Os resultados que comparavam as mudanças de comportamento dos brasileiros indicaram alguns achados. No geral, há menos confiança nas RSO (70,3%) em relação a não confiança nos meios tradicionais nas duas ondas (54,7%). Sobre as características socioeconômicas e a relação com a confiança, homens confiam mais



em RSO e menos em meios tradicionais e para mulheres a relação é inversa. A alta escolaridade e renda estão mais associadas à confiança nos meios tradicionais. Idosos, por outro lado, confiam mais em RSO, enquanto jovens se comportam de forma inversa.

Sobre a avaliação de como o governo, quando foi comparando as respostas na primeira e segunda ondas, apenas 50% da amostra mantém a mesma avaliação, sendo que a outra metade mudou a forma de avaliar, embora aproximadamente  $\frac{1}{4}$  para cada direção, ou seja: uma parte passou a avaliar de forma mais positiva e outra parte de forma mais negativa. Para verificar quem esteve em cada lado desta disputa por avaliação, observou-se dados socioeconômicos: renda alta e ser homem são as categorias que apresentam as maiores médias de queda na avaliação. Por outro lado, faixa etária intermediária, ter renda e escolaridade baixas e ser mulher apresentam diferenças positivas, o que pode ter relação com mudanças econômicas entre os dois períodos. Por fim, o modelo de regressão indicou que quem mais confia em RSO passou a avaliar mais negativamente o governo, ao passo que ser mulher apresentou a maior associação com mudança positiva.

Os dados representaram o impacto do cenário da pandemia de COVID-19 no consumo de informação, sendo que parte significativa das informações circularam a partir de redes sociais e, principalmente, das ações engendradas pelo governo federal como o Auxílio Emergencial (AE) que ofertou o valor de R\$600,00 para trabalhadores informais, microempreendedores e desempregados durante a pandemia (entre abril de 2020 e outubro de 2021). Ou, também pelas não ações, como as dificuldades na área da saúde, com a troca de ministros no pico da pandemia. No entanto, o período entre uma onda e outra da pesquisa pode não ter identificado mudanças que necessitam de maior prazo temporal. Assim, com a terceira onda disponível busca-se neste *paper* verificar como estes achado acima se consolidam ou não e que outras mudanças puderam ser notadas com a comparação entre abril de 2020 e setembro de 2021, observando para os mesmos respondentes.

Esse contexto de mudança está associado ao consumo de informação que se alterou nas últimas décadas, resultado das novas possibilidades tecnológicas e dos fluxos de conteúdo no ambiente digital, mas que também foi impactado pelo cenário da pandemia e pelo contexto político brasileiro. Neste cenário, o acesso aos impressos segue em declínio enquanto o uso de redes sociais cresce expressivamente. No Brasil, são 140 milhões de usuários (KEMP, 2020). Newman *et al* (2020) mostram, adicionalmente, que, ao menos nos últimos 10 anos, notícias online têm ultrapassado a televisão como fonte de informação em diversos países e hoje mais da metade dos brasileiros consome informação pelas mídias sociais. Os números globais podem ser reportados para o caso brasileiro, com destaque para o aumento do uso do Whatsapp (AGÊNCIA BRASIL, 2020), Facebook (NEWMAN *et al*, 2020) e YouTube (RELATÓRIO VIDEO VIEWERS, 2017). No que diz respeito às informações



sobre a COVID-19, as pesquisas também mostram a centralidade dessas plataformas no espalhamento de conteúdos no Brasil e, também, em outros países (MASSUCHIN et al, 2021; MACHADO et al, 2020; CASERO-RIPOLLÉS, 2020).

Concomitante a essa mudança no consumo, as relações de confiança nas instituições midiáticas também foram alteradas. Há um processo de desconfiança das instituições em geral – desde o Congresso à imprensa (MOISÉS, 2005; RIBEIRO, 2011; MICK, 2019). E, no Brasil, além de a confiança na imprensa ser ultrapassada por outras instituições (GFK VEREIN, 2015), a comparação com a internet indica desconfiança com a mídia tradicional (televisão, rádio e jornal), evidenciando descrédito nos grandes grupos de comunicação, como Globo News, O Globo, Folha de S. Paulo e Veja (NEWMAN *et al*, 2020).

As mudanças nos índices de confiança nas mídias tradicionais têm relação com o contexto de um jornalismo em crise tecnológica e financeira (SILES; BOCZKOWSKI, 2012). Se até o início do século XXI a mídia tradicional – impresso, rádio e televisão – não dividia espaço com outras fontes de informação, com a migração para o online, novos atores nativos digitais ocupam o mesmo espaço e fazem circular seus conteúdos (GARCÍA-PERDOMO et al, 2017), o que no caso brasileiro fica perceptível na pesquisa de Santos (2019), quanto a um ambiente híbrido (CHADWICK, 2013).

Por último, aumentou o acesso à internet na última década. Conforme os dados da Pesquisa Brasileira de Mídia (BRASIL, 2016), a internet ultrapassou o rádio e passou a ocupar a segunda colocação entre as principais fontes de informação. Isso é impulsionado pelo crescimento do uso dos celulares, que chegou a 94% dos lares em 2019 (IBGE, 2019). E, com os planos *mobile*, cada vez mais brasileiros usam o aparelho para navegar, chegando a 98% dos respondentes com algum tipo de acesso (CGI.br, 2020). Durante a pandemia de COVID-19, por exemplo, 72% dos cidadãos buscaram informações sobre saúde na internet tendo como meio majoritário o celular (CGI.br, 2020). Ler notícias online também saltou de 65% para 72% (CGI.br, 2020) durante o período.

Esse cenário de aumento do consumo no ambiente digital se dá num contexto complexo de deslegitimação das instituições (ALBURQUERQUE, 2019) e crise epistêmica da democracia (DALGREEN, 2019). Verifica-se, ainda, a estruturação de uma rede digital de desinformação que, embora tenha como ponto de inflexão as eleições de 2016 nos Estados Unidos (BENKLER et al, 2018), no Brasil se destaca de forma substancial nas eleições de 2018 (RUEDIGER, 2019) e tem atravessado a pandemia de COVID-19 (RECUERO, 2021).

Durante a pandemia, a busca por informações sobre saúde ressalta que a desconfiança nas organizações midiáticas (18%) e em pessoas conhecidas (21%) é muito similar (NEWMAN *et al*, 2020). Há, portanto, uma mudança de lógica em que a mídia tradicional se torna distante e o aplicativo de



mensagem, por exemplo – pela mediação que ocorre por conhecidos e familiares – torna-se próxima. Outro dado que contribui com a circulação de desinformação sobre saúde no ambiente digital é que fontes online também tendem a ser relativamente confiáveis, como buscadores (45%), sites de vídeo (29%), mídias sociais (26%) e aplicativos de mensagem (24%) (NEWMAN et al, 2020). Ou seja, não se trata apenas da circulação de desinformação, mas de uma maior legitimidade dada aos espaços em que estes conteúdos circulam.

Dessa forma, é fundamental compreender mudanças no comportamento dos cidadãos neste contexto de crise de saúde pública em relação à confiança nas fontes de informações que recebem. Assim, as duas questões que o texto busca responder são: 1) *Como se distribuem as confianças nas Redes Sociais Online e meios tradicionais em meio à pandemia de COVID-19? Como as possíveis mudanças na avaliação do papel do governo no combate à pandemia associam-se à confiança em meios de comunicação e às características socioeconômicas dos entrevistados?* Repetem-se as questões feitas para as duas primeiras ondas, mas agora busca-se comparar os resultados da aplicação de maio/2020 com setembro/2021 e, em alguns momentos, traçando paralelos também com os dados da segunda onda (janeiro/2021).

### **Abordagem metodológica e exposição das variáveis de análise**

A partir dos dados de painéis de pesquisa de opinião realizada no Brasil no âmbito do projeto “Valores em Crise”, aplicadas em maio/2020 e setembro/2021 (primeira e terceira onda da pesquisa), faz-se uma análise no nível individual, buscando verificar as mudanças e manutenções no comportamento dos indivíduos em relação às duas pesquisas, já que se trata de percepções dos mesmos indivíduos em dois momentos. O quantitativo de respondentes considerados, a partir das respostas nos dois momentos de aplicação do survey e com respostas válidas às variáveis centrais para este estudo, foi de 1.301. O texto foca nas variáveis socioeconômicas (idade, sexo, renda e escolaridade) relacionando-as com a confiança nas mídias sociais e tradicionais. Soma-se também a observação de como essa confiança em mídias sociais e tradicionais está associada à avaliação do desempenho do atual na pandemia no Brasil. O quadro abaixo resume as questões utilizadas do survey para a execução da análise.

Quadro 1 – Resumo das variáveis incluídas na análise sobre confiança e consumo de informação

Eixo	Variáveis
Socioeconômico	SEXO_Você é... [1] homem [2] mulher
	IDADE_faixas [5 faixas desde 17 anos ou menos até 60 anos ou mais]
	Qual é o grau de escolaridade mais alto que você obteve até agora? [8 faixas, desde sem escolaridade formal até pós-graduação]



	Somando a renda mensal de todas as fontes e de todas as pessoas que moram na sua casa, em qual das seguintes faixas se enquadraria aproximadamente a renda média domiciliar da sua casa por mês. [6 faixas, desde 1 salário mínimo até mais de 20 salários mínimos]
Confiança e Consumo	Quão dignas de confiança você acredita que são as mídias sociais, como o Twitter ou o Facebook, em comparação com as mídias tradicionais, como a TV ou os jornais. [escala de 1 a 5, sendo 1 “As mídias sociais são mais dignas de confiança” e 5 “As mídias tradicionais são mais dignas de confiança”]
	As mídias sociais são cheias de histórias dizendo que a pandemia do coronavírus é um boato e que todas as medidas de quarentena são reações exageradas e histéricas. Você acredita nessas histórias? [Sim; Não]
Avaliação de governo	Quão bem ou mal você avalia que o nosso governo está enfrentando a crise do coronavírus? [escala de 1 a 5, sendo 1 “Está enfrentando muito mal” e 5 “Está enfrentando muito bem”].

Fonte: Projeto Valores em Crise (2020)

Trabalha-se, portanto, com sete variáveis do banco de dados: quatro delas, para controle, do grupo de informações socioeconômicas, duas sobre confiança e uma sobre avaliação de governo. Busca-se com esses dados verificar como se distribuem as confianças nas Redes Sociais Online e meios tradicionais em meio à pandemia de COVID-19 e como as possíveis mudanças na avaliação do papel do governo no combate à pandemia associam-se à confiança em meios de comunicação e às características socioeconômicas dos entrevistados.

### **Padrões de confiança nas redes sociais e meios tradicionais ao longo da pandemia**

O primeiro dado comparativo diz respeito ao modo como as pessoas avaliam as histórias as quais tem acesso pelas mídias sociais que foi um canal no qual circularam distintos tipos de conteúdo sobre a pandemia de COVID-19, desde aqueles alicerçados pela religião, teorias conspiratórias, medicina alternativa, dentre outros. Assim, o dado sobre a questão “As mídias sociais são cheias de histórias dizendo que a pandemia do coronavírus é um boato e que todas as medidas de quarentena são reações exageradas e histéricas. Você acredita nessas histórias?” é exposto abaixo observando-se as duas ondas e a manutenção ou não da crença ou descrença.

*Tab. 1 – Distribuição das confianças em meios de comunicação*

Categoria	RSO	
	N	%
Não acredita nas duas ondas	1041	80
Acredita - só 1ª onda	87	6,7
Acredita - só 3ª onda	106	8,1
Acredita nas duas ondas	67	5,2



Total	1301	100
-------	------	-----

Fonte: autores (2021)

Os dados acima indicam, no geral, que há muita manutenção no que diz respeito à crença nas redes sociais quando o tema é coronavírus. Em 80% dos casos os respondentes disseram não acreditar nas histórias que circulam sobre o tema nas RSO nas duas ondas. Apenas 5,2% disseram acreditar neste tipo de conteúdo dentro das RSO tanto no início quanto ao final da pandemia. Os demais responderam acreditar ou na primeira ou na última onda.

Já para identificar os padrões de confiança (em maio/2020 e setembro/2021) utilizam-se as respostas à pergunta: “Quão dignas de confiança você acredita que são as mídias sociais, como Twitter e Facebook, em comparação com mídias tradicionais, como a TV e os jornais?”. Depois de agregada a escala de respostas, que inicialmente eram distribuídas em uma escala de 1 a 5, as categorias são as seguintes: 1) As mídias sociais são mais dignas de confiança, 2) Ambas iguais, 3) As mídias tradicionais são mais dignas de confiança. Reunidas as respostas dadas à referida pergunta nas três ondas, tem-se sete categorias possíveis de comportamento. O respondente “não confia” em RSO se respondeu nas duas ondas que as mídias tradicionais são mais dignas de confiança. “Sempre confia” quando deu a mesma resposta nas duas ondas e na direção de que a mesma modalidade é mais digna de confiança que outra. Se o respondente mudou de opinião, existem duas possibilidades. Ele confiava antes e deixou de confiar depois (“confia – 1ª onda”) ou, não confiava, mas passou a confiar (“confia – 3ª onda”). Há também a possibilidade de confiar igualmente em ambos nos dois momentos ou em um dos dois.

Tab. 2 – Distribuição das confianças em meios de comunicação

Alternativas	N	%
Confia mais nas RSO nas duas ondas	90	8,2
Confia mais nas RSO na 1 onda e nos tradicionais na 3 onda	38	3,5
Confia nos dois igualmente só na 1 onda	94	8,6
Confia nos dois igualmente nas duas ondas	429	39,1
Confia nos dois igualmente só na 3 onda	175	15,9
Confia mais nos tradicionais na 1 onda e nas RSO na 3 onda	48	4,4
Confia mais nos tradicionais nas duas ondas	223	20,3
Total	1097	100

Fonte: autores (2021)

A tabela 2 mostra as distribuições de frequência simples para as categorias de confiança em tipos de meios de comunicação. Quando a confiança é comparativa entre RSO e meios tradicionais de informação, as posições são mais distribuídas. 39,1% diz confiar nos dois igualmente e não mudou de posição. Outros 8,2% disse confiar mais nas RSO e 20,3% diz confiar mais nos meios tradicionais nas duas ondas. Os demais 32,4% alternaram a resposta entre as duas ondas sobre maior confiança nas RSO



ou nos meios tradicionais, o que indica certa mobilidade da confiança ou um valor que se altera conforme as nuances do período. Vale mencionar, no entanto, que houve um aumento de 8,6% para 15,9% da confiança igualmente entre as duas fontes de informação. Em relação ao trabalho anterior, em que 7,4% diz confiar sempre nas RSO e 17,7% que confia sempre mais nos meios tradicionais, tem-se uma pequena mudança na terceira onda em prol dos meios tradicionais. Cerca de ¼ dos respondentes mudou de opinião entre as duas primeiras ondas, mas em comparação com a terceira a mudança ocorre em 32% dos respondentes.

Mesmo assim, é importante ressaltar que mais de 80% dos respondentes ou não confiam na mídia tradicional ou confiam nela da mesma forma que nas RSO em algum momento das duas pesquisas, sendo que se trata de veículos de comunicação que ocupam espaço histórico relevante no cenário comunicacional brasileiro, principalmente a televisão, o que ilustra a crise de confiança já reportada (GFK VEREIN, 2015; MICK, 2019). Mais adiante testaremos a intensidade de confiança em cada modalidade de comunicação com a avaliação da atuação do governo no combate à pandemia. Antes, analisaremos as distribuições das confianças nos meios de comunicação por característica socioeconômica.

### **Características socioeconômicas e a relação com a confiança em mídias tradicionais e digitais**

Para a análise das distribuições de confiança por característica socioeconômica, neste tópico utilizamos as variáveis a seguir: sexo, escolaridade, renda e faixa etária. A escolaridade baixa vai de “sem instrução formal” até ensino fundamental, depois ensino médio e escolaridade alta para nível superior. As faixas de renda foram agregadas considerando de renda baixa a família com até dois salários mínimos mensais, renda média aquela que tem entre dois e dez salários mínimos mensais na família. Acima de dez salários mínimos é renda alta. Em relação à idade, foram classificados como jovens os respondentes entre 18 e 29 anos, adultos são entre 30 e 59 anos e idosos acima de 60 anos.

A tabela 3, a seguir, sumariza os percentuais de respostas para cada uma das categorias apresentadas na tabela 2, demonstrando as variações conforme essas faixas estipuladas das variáveis socioeconômicas. Os percentuais são por categoria socioeconômica, mas divididos para RSO e para meios tradicionais. Como já se sabe que há grande concentração de respostas em “confia menos”, indica-se as maiores diferenças proporcionais entre as categorias, destacando os percentuais que mais se diferenciam em relação às outras categorias socioeconômicas por categoria de confiança. Sexo e idade apresentam as maiores variáveis entre categorias de confiança. Mulheres confiam menos em RSO (76,8%), valor que aumenta em relação à 2ª onda. Homens confiam mais (8,8% contra 5%).



Em relação à escolaridade, respondentes com escolaridade alta confiam menos em RSO (76,3%). Em relação aos meios tradicionais, respondentes com escolaridade baixa tendem a ter menos confiança (59,1%) e escolaridade alta tende a confiar mais, com diferença bastante robusta (25,5%, contra 10,8% e 15,5%). Outra variável socioeconômica inserida é a renda, que apresenta um comportamento parecido com a escolaridade. Respondentes com renda média e baixa, comparativamente, tendem a confiar mais em RSO. Em relação aos meios tradicionais, aqueles de renda alta são os que mais confiam em meios tradicionais (25,5%). No geral, cidadãos de renda alta se encontram em dois opostos porque tanto na confiança em RSO quanto em mídia tradicional, apresentam maiores percentuais em relação as duas outras categorias.

Para a variável idade, os mais jovens confiam menos (80,1%), em comparação aos adultos e idosos. Os mais velhos confiam mais nas RSO (10,1%). Já para os meios tradicionais, os mais velhos confiam menos (55,3%), embora tenham migrado mais sua opinião na última onda (16%) em prol dos meios tradicionais. Enquanto isso, os jovens são os que mais depositam confiança na mídia tradicional (18,9%) e passou a confiar mais na terceira onda (18%). Esse dado é relevante porque, embora tendam a ter maior acesso ao ambiente online no Brasil (IBGE, 2020), a confiança tende a ser mais cautelosa, o que já vinha sendo verificado por outras pesquisas (BRASIL, 2015). A intensidade de uso é proporcionalmente inversa à confiança nas informações adquiridas no ambiente digital.

*Tab. 2 – Distribuição da confiança por característica socioeconômica*

	Homem	Mulher	Esc. Baixa	Esc. Média	Esc. Alta	Renda Baixa	Renda Média	Renda Alta	Jovem	Adulto	Idoso
Confia Menos RSO nas ondas 1 e 3	455	492	281	370	296	467	440	40	165	547	235
	68,9%	76,8%	74,1%	69,3%	76,3%	72,9%	74,3%	58,8%	80,1%	72,3%	69,5%
Confia mais RSO 3 onda	70	62	38	57	37	69	51	12	13	85	34
	10,6%	9,7%	10,0%	10,7%	9,5%	10,8%	8,6%	17,6%	6,3%	11,2%	10,1%
Confia Mais RSO na 1 onda	77	55	33	68	31	64	59	9	19	78	35
	11,7%	8,6%	8,7%	12,7%	8,0%	10,0%	10,0%	13,2%	9,2%	10,3%	10,4%
Confia Mais RSO nas ondas 1 e 3	58	32	27	39	24	41	42	7	9	47	34
	8,8%	5,0%	7,1%	7,3%	6,2%	6,4%	7,1%	10,3%	4,4%	6,2%	10,1%
Confia menos Trad. nas ondas 1 e 3	348	349	224	291	182	349	305	43	108	402	187
	52,7%	54,4%	59,1%	54,5%	46,9%	54,4%	51,5%	63,2%	52,4%	53,1%	55,3%
Confia mais tradicionais na 1 onda	87	71	49	61	48	83	71	4	22	101	35
	13,2%	11,1%	12,9%	11,4%	12,4%	12,9%	12,0%	5,9%	10,7%	13,3%	10,4%
Confia mais tradicionais na 3 onda	110	113	65	99	59	124	94	5	37	131	55
	16,7%	17,6%	17,2%	18,5%	15,2%	19,3%	15,9%	7,4%	18,0%	17,3%	16,3%
	115	108	41	83	99	85	122	16	39	123	61



Confia mais tradicionais nas ondas 1 e 3	17,4%	16,8%	10,8%	15,5%	25,5%	13,3%	20,6%	23,5%	18,9%	16,2%	18,0%
--	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Fonte: autores (2021)

Sobre a distribuição das confianças por características socioeconômicas dos respondentes, de forma resumida, quando se trata de confiança nas RSO respondentes com renda alta (10,3%), idosos (10,1%) e homens (8,8%) são as que mais confiam. Já os que menos confiam são jovens (80,1%), escolaridade alta (76,3%) e mulheres (76,8%). Já em relação à confiança nos meios tradicionais, quem mais confia são a escolaridade alta (25,5%), renda alta (23,5%) e renda média (20,6%). Os que menos confiam são a renda alta (63,2%) e escolaridade baixa (59,1%).

### Avaliação de governo, aspectos socioeconômicos e confiança na mídia

Nas duas ondas da pesquisa (primeira e terceira, priorizadas neste *paper*) os entrevistados também responderam à pergunta sobre como o governo estava atuando para enfrentar a pandemia. As possibilidades de respostas foram organizadas na forma de escala de Likert, indo de “enfrentando muito mal” até “enfrentando muito bem”, passando por “enfrentando mal”, “nem um nem outro” e “enfrentando bem”. A tabela 4, a seguir, mostra que se considerarmos os dados agregados das duas pesquisas, houve pouca variação entre maio de 2020 e setembro de 2021. Os percentuais de avaliação do governo no enfrentamento à pandemia são muito próximos nas duas ondas. Entre 38% e 37% considera que o governo está agindo muito mal, pouco menos de 20% acha que está indo mal ou está no ponto regular, nem bem, nem mal. Outros quase 17% consideram que está enfrentando bem e cerca de 9% dizem que está enfrentando muito bem.

Tab. 4 – Avaliação do desempenho do governo na pandemia em dois momentos

Como o governo está enfrentando a pandemia?	Onda 1		Onda 3	
	N	%	N	%
Está enfrentando muito mal	499	38,4	483	37,1
Está enfrentando mal	247	19,0	242	18,6
Nem um, nem outro	249	19,1	237	18,2
Está enfrentando bem	200	15,4	219	16,8
Está enfrentando muito bem	106	8,1	120	9,2
Total	1301	100,0	1301	100,0

Fonte: autores (2021)



Em relação à avaliação do governo percebe-se, no geral, estabilidade. Há uma pequena redução nas avaliações negativas entre a primeira e terceira ondas, com crescimento das duas avaliações positivas. E em comparação com a segunda onda – medida em estudo anterior – também houve mudança no mesmo sentido ou, seja, ainda que pequena, a mudança já havia sido sinalizada meses antes. Pelos resultados da tabela 4, acima, parece que quase um ano de pandemia não foi suficiente para alterar a avaliação que as pessoas têm do desempenho do governo no enfrentamento à crise sanitária. No entanto, como as duas pesquisas foram realizadas com a mesma amostra, é possível identificar mudanças ao nível individual, permitindo maior precisão na identificação de possíveis comportamentos distintos em cada respondente. Isso porque, ainda que na tabela 4 possa parecer que do ponto de vista agregado não houve alteração, ela pode estar “escondendo” variações ao nível individual. Por exemplo, se um respondente mudou a resposta em uma direção e outro na direção oposta, as duas mudanças se anulam e parece não existir diferença. Apenas a repetição da pergunta aos mesmos respondentes permite identificar mudanças ou manutenções de opinião individual.

Para indicar se houve mudança ou manutenção das opiniões dos respondentes nas duas ondas, subtraímos a última resposta da primeira. Assim, se o resultado for zero, a opinião do respondente foi mantida nas duas ondas. Resultados positivos e mais intensos mostram que melhorou a avaliação do respondente sobre a forma como o governo enfrenta a pandemia. Os resultados negativos, ao contrário, mostram que o governo piorou o enfrentamento à pandemia. Importante notar que zero não significa ponto médio. Se um respondente repetiu a resposta “está enfrentando muito bem” nas duas pesquisas, a diferença será zero. O mesmo para quem repetiu “está enfrentando muito mal”. Mas se ele escolheu “está enfrentando muito bem” na primeira e “está enfrentando muito mal” na segunda, a diferença será de -4. Se inverso, a diferença será +4. Aqui não se está medindo a avaliação do governo, se positiva ou negativa, mas sim o grau e a direção da mudança na resposta, seja ela qual for.

*Tab. 5- Diferenças de avaliação do papel do governo entre as duas ondas*

Diferença	N	%	% agrupado
-4	9	0,7	Piorou 20,4
-3	16	1,2	
-2	63	4,8	
-1	178	13,7	
0	706	54,3	Manteve 54,3
1	223	17,1	Melhorou 25,3
2	77	5,9	
3	21	1,6	
4	8	0,6	



Total	1301	100,0	
-------	------	-------	--

Fonte: autores (2021)

O dado agregado da tabela anterior é reforçado aqui, com a comparação das diferenças individuais de avaliação do governo na pandemia. Mantiveram a mesma opinião 54,3% dos respondentes. Para outros 25,3% a avaliação melhorou entre as duas ondas e para 20,4% ela piorou. No entanto, enquanto no trabalho anterior que comprava a segunda onda com a primeira, havia maior equilíbrio entre os dois lados (piora ou melhora) com ambos por volta de 25 pontos percentuais.

Para complementar as informações da tabela 4, o gráfico 1 mostra as médias de variações de respostas sobre o desempenho do governo por característica socioeconômica. Médias abaixo de zero indicam que a avaliação da segunda e terceira onda tendeu a ser pior do que na primeira. Médias acima de zero, o contrário, a segunda e terceira onda melhorou a avaliação do desempenho do governo no combate à pandemia. As barras de erro mostram a segurança estatística para as variações das médias, considerando tratar-se de uma amostra. Se a barra passa por zero não é possível dizer que a posição da média é estatisticamente significativa para extrapolar da amostra à população.

Na comparação entre 1ª onda e 2ª onda, em trabalho anterior, apresentava-se médias negativas e estatisticamente significativas os respondentes com renda alta e homens. Isso indica que essas eram as características que mais contribuíram para as avaliações que se tornaram mais negativas na segunda onda do que na primeira. Apresentavam médias positivas e estatisticamente significativas a faixa etária adulta (entre 29 e 60 anos), renda e escolaridade baixa e mulheres. Essas são, portanto, as características que mais contribuíram para a melhora na avaliação da forma de enfrentamento da pandemia pelo governo naquele curto período de tempo.

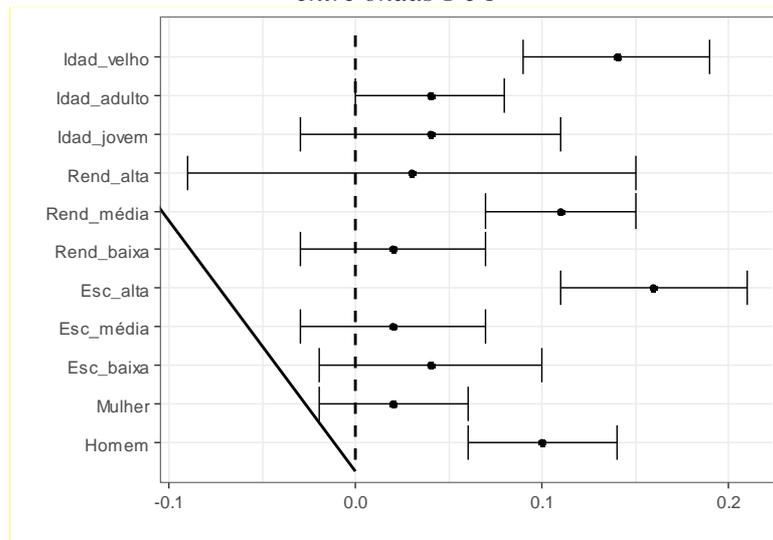
Embora não seja possível afirmar categoricamente, as características socioeconômicas que mais indicaram avaliação positiva do governo no enfrentamento à pandemia são as que mais diretamente estão afetadas pelo auxílio emergencial, que em sua primeira versão, de R\$ 600,00 por mês, vigorou de maio a dezembro de 2020, sendo que a segunda onda foi aplicada em janeiro/2021. Um desdobramento dessa análise, portanto, indicaria que o crescimento da avaliação positiva do governo na pandemia tem a ver com medidas econômicas e não com as de caráter sanitário propriamente dito.

Já em relação ao gráfico abaixo, que compara a 1ª onda com a 3ª onda, é possível perceber diferenças de variações. Na comparação entre primeira e terceira ondas, todas as médias ficaram acima de zero, ou seja, em nenhuma característica individual houve queda na avaliação do desempenho do governo. No entanto, na maior parte delas, o erro padrão passa por zero, o que significa que a variação



não apresenta significância estatística. As características com maiores médias e cujo erro não passa por zero são os de maior idade, renda média, escolaridade alta e homens.

Gráf. 1 - Médias de variações de respostas sobre o desempenho do governo e dados socioeconômicos entre ondas 1 e 3



Fonte: autores (2021)

As médias de mudanças nas avaliações por característica socioeconômica indicam algumas associações entre perfil social e avaliação do desempenho do governo ao longo do tempo. Porém, até aqui os efeitos são isolados. O próximo passo é produzir um modelo de regressão usando como variáveis explicativas a confiança em RSO e meios tradicionais e como controle as características socioeconômicas que mostraram significância estatística das médias de diferenças. O objetivo é identificar os efeitos conjuntos da confiança na mídia e características socioeconômicas para a variação de avaliação da atuação do governo na pandemia entre a primeira e segunda onda. Com isso é possível saber qual a força explicativa das variáveis apresentadas aqui para as variações na avaliação do governo e como elas se comportam quando controladas pelas outras.

A tabela 5 e 6, a seguir, mostram as principais estatísticas dos dois modelos de regressão. Ambos apresentam ajustamentos muito baixos, com  $r^2=0,004$  e  $r^2=0,009$  e  $r^2=0,003$  e  $r^2=0,011$  consecutivamente, ou seja, eles explicam menos de 1% do total de mudanças nas avaliações. Ainda assim, é possível usá-los para identificar efeitos conjuntos e controles das variáveis. No modelo 1, da tabela 5, considerando apenas a confiança nos meios de comunicação, a única significância estatística encontra-se em confiar nas RSO. Como o coeficiente B é negativo, isso indica, de forma surpreendente, que quanto mais se confia em RSO ou passou a confiar entre as duas ondas, mais a avaliação da forma



de condução do combate à pandemia passou a negativa. Já a confiança nos meios tradicionais, também com beta negativo, não apresenta significância estatística. Ao contrário do que se supõe, pelo menos no caso da pandemia de COVID-19, mais confiança em RSO não está associada com avaliação positiva do governo.

Tab. 5– Modelos de regressão para avaliação de governo na pandemia (1ª e 2ª onda)

Variáveis	MOD.1	MOD.2
	B(erro padrão)	B(erro padrão)
Confia RSO	-0,084 (0,044) ***	-0,074 (0,031) ***
Confia Tradic.	-0,009 (0,031)	-0,005 (0,025)
Mulher		0,114 (0,056) **
Escol. Baixa		0,064 (0,062)
Renda Alta		-0,165 (0,141)
Renda Baixa		0,023 (0,059)
Idade Adulta		0,066 (0,056)
r <sup>2</sup>	0,004	0,009
Nota 1: Var. dependente = diferença da avaliação do modo como o governo está conduzindo o combate à pandemia. Nota 2: Devido a alta colinearidade entre as categorias da variável Sexo, o modelo considera apenas a com maior significância estatística.		

Fonte: autores (2021)

Tab. 6– Modelos de regressão para avaliação de governo na pandemia (1ª e 3ª onda)

Variáveis	MOD.1	MOD.2
	B(erro padrão)	B(erro padrão)
Confia RSO	0,136 (0,121)	0,115 (0,121)
Confia Tradic.	-0,115 (0,081)	-0,148 (0,082)
Homem		0,069 (0,063)
Escol. Baixa		0,041 (0,076)
Escol. Alta		0,196 (0,080)**
Renda Média		0,029 (0,070)
Renda Alta		-0,145 (0,152)
Jovem		-0,009 (0,088)
Velho		0,115 (0,076)
r <sup>2</sup>	0,003	0,011
Nota 1: Var. dependente = diferença da avaliação do modo como o governo está conduzindo o combate à pandemia. Nota 2: Devido a alta colinearidade entre as categorias das variáveis, o modelo considera apenas a com maior significância estatística.		



O modelo de regressão, ademais, mostrou-se menos explicativo para as variações individuais entre as ondas 1 e 3 (tabela 6) do que entre a 1 e 2 (tabela 5). Embora o coeficiente beta seja negativo para confiança nos meios tradicionais e positivo para RSO para explicar as variações na avaliação do governo na COVID-19, os coeficientes dos dois modelos não apresentam significância estatística. No segundo modelo, apenas a característica escolaridade alta apresentou significância estatística e positiva. Ou seja, na terceira onda, foi entre respondentes com escolaridade alta que a avaliação do governo melhorou de forma significativa em relação à primeira onda, diferente da comparação entre as ondas 1 e 2, em que entre as mulheres houve melhora na avaliação.

### **Considerações finais**

Este *paper* analisou as mudanças na confiança na mídia durante a pandemia de COVID-19 no Brasil, considerando a adesão às mídias tradicionais e digital, os aspectos socioeconômicos e a intersecção com a avaliação de governo. Em relação aos primeiros dados, há menos confiança nas RSO em relação a não confiança nos meios tradicionais nas duas ondas, embora o dado reitere a crise de confiança na imprensa tradicional já que parte significativa dos respondentes expressa ausência desse valor. A plena confiança, no geral, é baixa para ambos os casos, mas maior para meios tradicionais. Ademais, no geral as pessoas dizem confiar pouco em histórias ou boatos nas redes sociais, ainda que o percentual tenha aumentado entre uma onda e outra.

Sobre as características socioeconômicas e a relação com a confiança em meios de comunicação durante a pandemia de COVID-19, homens confiam mais em RSO e menos em meios tradicionais. O contrário acontece com as mulheres. Escolaridade alta gera tanto mais confiança em RSO e quanto mais confiança em meios tradicionais. Idosos confiam mais em RSO e jovens se comportam de forma inversa. Sobre a avaliação de como o governo está enfrentando a pandemia, os dados agregados apresentam poucas alterações. No entanto, quando a análise é no nível micro, comparando as respostas na primeira e terceira ondas, apenas 50% da amostra mantém a mesma avaliação nas duas medições. 20,4% passaram a avaliar de forma mais negativa na segunda onda do que na primeira e 25,3% mais positiva, mostrando oscilações na opinião dos brasileiros. Em comparação com a segunda onda, os números próximos nas duas direções resultam no equilíbrio na avaliação, mas havia mais equilíbrio em janeiro/2021 – com igualmente 25% de cada lado – do que em setembro/2021.

Quando consideramos as características socioeconômicas dos respondentes para a diferença na avaliação do governo no enfrentamento da pandemia, há diferença entre as duas comparações. Na relação entre 1ª e 2ª onda, a renda alta é a categoria que apresenta a maior média de queda na avaliação.



Ser homem também apresenta média negativa e estatisticamente significativa. Faixa etária intermediária, ter renda e escolaridade baixas e ser mulher apresentam diferenças positivas, ou seja, passam a avaliar positivamente o governo, o que pode ter relação com mudanças econômicas. Em relação à comparação com a 3ª onda, as características com maiores médias e que puxam a avaliação positiva são os de maior idade, renda média, escolaridade alta e homens.

Por fim, o modelo de regressão para as diferenças de avaliação apresentou um resultado inesperado, quando observadas as relações de confiança. Quem mais confia em RSO passou a avaliar mais negativamente o governo ao passo que ser mulher apresentou a maior associação com mudança positiva. Isso na segunda onda. Já no caso da terceira, os coeficientes não têm significância estatística para a relação entre confiança e avaliação. No segundo modelo, apenas a característica escolaridade alta apresentou significância estatística e positiva. É preciso considerar, por um lado, que a terceira onda foi realizada quando o auxílio emergencial já estava sendo pago aos trabalhadores informais, o que pode explicar a mudança para avaliação positiva do papel do governo. Por outro lado, os dados mostram que o crescimento da avaliação positiva do governo durante a pandemia deu-se principalmente entre os mais ricos e com maior escolaridade.

Do ponto de vista metodológico, a nova comparação indica que nem sempre a manutenção de avaliação em termos agregados significa o mesmo para o nível individual. Embora tenha havido grande estabilidade em nível agregado, a comparação das opiniões nas três ondas mostra que apenas 50% dos entrevistados manteve a mesma opinião sobre a avaliação do governo. Porém, na terceira onda, nota-se tendência de melhora na avaliação e passa a importar mais a renda que sexo. Ademais, é preciso continuar as pesquisas neste quesito, mas os resultados até aqui permitem dizer que a possibilidade de avaliação positiva do governo na pandemia parece estar mais associada às medidas econômicas e, também, com pouca interferência das relações de confiança nas mídias digitais ou tradicionais.

### Referências

AGÊNCIA BRASIL. WhatsApp é principal fonte de informação do brasileiro, diz pesquisa. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2019-12/whatsapp-e-principal-fonte-de-informacao-do-brasileiro-diz-pesquisa>. Acesso em: 21 jun. 2021.

ALBUQUERQUE, Afonso. O discurso das fake news e sua implicação comunicacional na política e na ciência. Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde, v.14, n.1, 2020.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. Pesquisa Brasília de Mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2016.



CHADWICK, Andrew. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. New York: Oxford University Press, 2013.

CASERO-RIPOLLÉS, Andreu. “Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak”. *El profesional de la información*, v. 29, n. 2, 2020.

CGI.br. *Pesquisa Sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação nos Domicílios Brasileiros 2019*. São Paulo: CGI. br, 2020.

DAHLGREN, Peter. *Media, Knowledge and Trust: The Deepening Epistemic Crisis of Democracy*, Javnost - The Public, 2018.

FENAJ - FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. *A violência contra jornalistas e ataques à Liberdade de Imprensa no Brasil. Relatório 2019*. Brasília, 2020.

GARCÍA-PERDOMO, Victor, SALAVERRÍA, Ramon, KILGO, Daniele K., HARLOW, Summer. To Share or Not to Share: The influence of news values and topics on popular social media content in the United States, Brazil, and Argentina. *Journalism Studies*, 1-22, 2017.

GfK VEREIN. *Confiança nas profissões 2016 – um estudo da GfK Verein. De bombeiros a políticos*. Nuremberg: GfK Verein, 2016.

IBGE. *PNAD - Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2019*. IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento: Brasil, 2021. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101794>. Acesso em: 1 mai. 2020.

KEMP, Simon. *Global Digital Report 2019-We Are Social. We Are Social*, 2019.

MACHADO, Caio; DOURADO, Tathiana; SANTOS, João G. B.; SANTOS, Nina. *Ciência Contaminada: analisando o contágio de desinformação sobre coronavírus no YouTube*. Salvador: INCT.DD, 2020.

MASSUCHIN, Michele; TAVARES, Camilla; MITOZO, Isabele; CHAGAS, Viktor. A estrutura argumentativa do discurso sobre descrédito na ciência: uma análise das mensagens de grupos de Whatsapp durante a pandemia da COVID-19. *Revista Fronteiras*, 2021.

MICK, Jacques. Profissionalismo e confiança: o curioso caso do país que acredita mais nos jornalistas do que na mídia. *Política & Sociedade*, v. 18, n. 43, p. 242-260, 2019.

MOISÉS, J. Álvaro. A desconfiança nas instituições democráticas. *Opinião Pública*, Campinas, SP, v. 11, n. 1, p. 33-63, 2015.

NEWMAN, Nic et al. *The Reuters Institute digital news report 2020*. Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020.



RECUERO, Raquel. Desinformação, mídia social e COVID-19 no Brasil: relatório, resultados e estratégias de combate. Pelotas, RS: MIDIARS - Grupo de Pesquisa em Mídia Discurso e Análise de Redes Sociais, 2021.

RIBEIRO, Ednaldo Aparecido. Confiança política na América Latina: evolução recente e determinantes individuais. Revista de Sociologia e Política, v. 19, n. 39, jun. 2011.

RUEDIGER, Marco Aurélio. Desinformação nas eleições 2018: o debate sobre fake news no Brasil. Rio de Janeiro: FGV, DAPP, 2019.

SANTOS, Marcelo Alves. título: Desarranjo da visibilidade, desordem informacional e polarização no Brasil entre 2013 e 2018. 2019. 399f. Tese (Doutorado em Comunicação) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

SILES Ignacio; BOCZKOWSKI, Pablo. Making sense of the newspaper crisis: A critical assessment of existing research and an agenda for future work. New Media & Society, 14(8), p. 1375-1394, 2012.